

VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA
EKONOMICKÁ FAKULTA

KATEDRA MANAGEMENTU

Příprava, organizace a řízení velké sportovní akce

Preparation, Organization and Management of a Large Sport Event

Student:

Veronika Siebeltová

Vedoucí bakalářské práce:

Mgr. Alan Panec

Ostrava 2019

VŠB - Technická univerzita Ostrava
Ekonomická fakulta
Katedra managementu

Zadání bakalářské práce

Student: **Veronika Siebeltová**
Studijní program: B6208 Ekonomika a management
Studijní obor: 6208R037 Management
Specializace: 03 Sportovní management
Téma: **Příprava, organizace a řízení velké sportovní akce**
Preparation, Organization and Management of a Large Sports Event
Jazyk vypracování: čeština

Zásady pro vypracování:

1. Úvod
 2. Vymezení základních pojmů
 3. Příprava sportovní akce Hornická desítka
 4. Organizace a řízení Hornické desítky
 5. Shrnutí výsledků šetření, náměty a doporučení
 6. Závěr
- Seznam použité literatury
Seznam zkratk
Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce
Seznam příloh
Přílohy

Seznam doporučené odborné literatury:

- DURDOVÁ, Irena. *Sport jako sociálně ekonomický fenomén*. Ostrava: VŠB-TU Ostrava, 2015. ISBN 978-80-248-3658-4.
HOBZA, Vladimír. *Ekonomie sportu: vybrané kapitoly*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2014. ISBN 978-80-244-4381-2.
HORVÁTHOVÁ, Petra et al. *Základy managementu*. 2. vyd., SOET, vol. 5. Ostrava: VŠB-TU Ostrava, 2017. ISBN 978-80-248-4102-1.

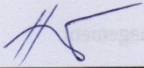
Formální náležitosti a rozsah bakalářské práce stanoví pokyny pro vypracování zveřejněné na webových stránkách fakulty.


Vedoucí bakalářské práce: **Mgr. Alan Panec**

Datum zadání: 23.11.2018

Datum odevzdání: 10.05.2019




doc. Ing. Petra Horváthová, Ph.D.
vedoucí katedry


prof. Dr. Ing. Zdeněk Zmeškal
děkan fakulty

Prohlašuji, že jsem celou práci, včetně všech příloh, vypracovala samostatně.

V Ostravě dne 9.5.2019

VERONIKA SIEBELTOVA
jméno a příjmení

Poděkování

Především bych chtěla poděkovat panu Mgr. Alanu Pancovi za to, že mi ochotně pomáhal s mou bakalářskou prací. Také chci poděkovat panu Josefu Nejezchlebovi, že mi poskytl cenné informace, díky kterým jsem mohla zpracovat tuhle práci.

Obsah

1. Úvod	5
2. Vymezení základních pojmů	7
2.1. Management	7
2.2. Sportovní management	7
2.3. Manažer	8
2.4. Manažerské funkce	9
2.4.1. Plánování (Planning)	9
2.4.2. Organizování (Organizing)	9
2.4.3. Vedení lidí (Leading)	10
2.4.4. Kontrolování (Controlling)	10
2.5. Sportovní manažer	10
2.6. Marketing	11
2.7. Sportovní marketing	11
2.8. Marketingový mix	12
2.9. Propagace	12
2.9.1. Reklama	13
2.9.2. Podpora prodeje	13
2.9.3. Vztahy s veřejností	13
2.9.4. Osobní prodej	13
2.9.5. Přímý marketing	13
2.10. Sportovní reklama a sponzoring	14
2.11. Finance ve sportu	14
2.11.1. Veřejné rozpočty	15
2.12. Sport	16
2.12.1. Silniční běh	16
2.12.2. Sportovní akce	16
2.13. Marketing sportovní akce	17
2.14. Organizace a realizace sportovní akce	18
2.15. Dobrovolníci	19
2.16. Projektový management	19
2.16.1. Projekt	19
2.17. SWOT analýza	20
2.17.1. Analýza vnějšího prostředí	20
2.17.2. Analýza vnitřního prostředí	20
3. Příprava sportovní akce Hornická desítka	21

3.1.	Historie atletického oddílu TJ Slezan Frýdek-Místek, z.s.....	21
3.2.	Historie závodu.....	22
3.3.	Organizační výbor.....	23
3.4.	Obecné informace.....	24
3.5.	Reklama závodu a sponzoring.....	24
3.6.	Časový harmonogram.....	25
3.7.	Přihlašování a prezence.....	26
3.8.	Podrobnější informace k jednotlivým závodům.....	27
3.8.1.	Závod mládeže.....	27
3.8.2.	Závod mílařů.....	27
3.8.3.	Hlavní závod.....	28
3.8.4.	Doplňkový program.....	28
3.9.	Přípravná fáze.....	29
4.	Organizace a řízení Hornické desítky.....	32
4.1.	Realizační fáze.....	32
4.2.	Likvidační fáze.....	33
5.	Shrnutí výsledků šetření, náměty a doporučení.....	34
5.1.	SWOT analýza.....	35
5.1.1.	Silné stránky.....	36
5.1.2.	Příležitosti.....	36
5.1.3.	Slabé stránky.....	36
5.1.4.	Hrozby.....	37
6.	Závěr.....	38
	Seznam použité literatury.....	39
	Seznam příloh.....	4

1. Úvod

Bakalářskou práci na téma „příprava, organizace a řízení velké sportovní akce“ jsem si vybrala z několika důvodů. Prvním a hlavním důvodem je ten, že se v současné době účastním organizací atletických závodů a chtěla bych v tomto směru pokračovat i v budoucnu. Touto prací bych si chtěla rozšířit své teoretické znalosti a vědomosti o organizaci, a také bych chtěla organizátorům pomoci k vylepšení konaného závodu, na kterého je má práce zaměřena.

Atletice se aktivně věnuji, mám k ní blízký vztah a oddíl atletiky Tělovýchovné jednoty Slezan Frýdek-Místek, z.s. pořádá mnoho běžeckých akcí v průběhu celého roku. Jejich největší závod s názvem Hornická desítka navštěvuje každý rok tisíce lidí, příprava je velmi dlouhá, a tak nebylo těžké si vybrat sportovní událost pro mou bakalářskou práci.

Dalším důvodem je, že jsem se několikrát osobně setkala s hlavním organizátorem akce, který mi poskytl dostatek informací, které se týkaly průběhu akce, organizace a všech potřebných věcí pro napsání této práce. Posledním důvodem je ten, že bych chtěla veřejnosti ukázat, kolik úsilí se potřebuje k tomu, aby se uspořádala tato velká akce a měli trochu představu, co všechno se musí zařídit a kolik času musí organizátoři věnovat přípravě závodu.

Na začátku mé práce se věnuji vysvětlováním pojmů managementu, marketingu, projektu, a také jejich zaměření na sportovní prostředí. Zmínila jsem i funkce, které by měl manažer vykonávat, propagaci sportovní události a zabrousila jsem i do financování ve sportu.

Praktická část je zaměřena na přípravu, organizaci a řízení Hornické desítky. Na začátku praktické části nechybí seznámení se závodem, s jeho historií, ale také s atletickým oddílem, který závod pořádá. Dále jsem se věnovala základním informacím o jednotlivých závodech a závěr jsem věnovala přípravné, realizační a likvidační fázi celé akce.

V závěru mé bakalářské práce jsem neopomněla napsat návrhy a doporučení nejen pro následující ročníky akce, ale také pro další akce podobného typu. Z vyhodnocených poznatků jsem sestavila SWOT analýzu, která by pořadatelům měla pomoci k tomu, aby se akce stala ještě více lákavější pro všechny účastníky, a aby se vyhnuli hrozbám, které mohou nastat.

Cílem této bakalářské práce je zhodnocení přípravy a organizace závodu a doporučení návrhů k vylepšení akce pro další ročníky, nebo akce podobného typu.

2. Vymezení základních pojmů

V této části se budeme věnovat problematice jednotlivých pojmů, které jsou potřeba k pochopení této bakalářské práce, a také k praktické části.

2.1. Management

Existuje mnoho ekonomických publikací, které zahrnují vysvětlení pojmu management. Management je těžké přesně definovat, protože každý autor používá jinou definici.

Nejobecněji jej můžeme chápat jako souhrn všech činností, které je potřeba udělat, aby bylo zabezpečeno fungování organizace. Řekněme, že to je vědní oblast, která se věnuje stanovení postupů, jak co nejlépe dosáhnout cílů organizace (Veber a kol., 2009).

Další definice, která, podle mě, také správně vystihuje náš pojem je od Petra Horváthová a kol. (2017). Poukazují na to, že management představuje specializovanou činnost, bez které se neobejde žádná organizační jednotka. Je uplatňován ve všech typech organizacích – v malých i velkých organizacích, v ziskových i neziskových, a to jak ve výrobních odvětvích, tak v odvětvích poskytujících služby.

Poslední definice managementu, kterou jsem si do mé bakalářské práce vybrala pojednává o tom, že management je proces koordinování činností skupiny pracovníků, realizovaný jednotlivcem nebo skupinou lidí za účelem dosažení určitých výsledků, které nelze dosáhnout individuální prací (Blažek, 2011).

2.2. Sportovní management

Jelikož se v této bakalářské práci věnuji sportovní akci, je nutné definovat pojmy i ze sportovního hlediska. Nyní si vysvětlíme pojem sportovní management.

Čáslavová (2009) popisuje pojem sportovní management jako způsob uceleného řízení tělovýchovných a sportovních svazů, spolků, klubů a tělovýchovných jednot, které se alespoň zčásti řídí jako podnikatelsky orientované.

Nová (2014) ve své knize popisuje, že management sportu je nutné chápat ve třech dimenzích, a to jako:

- profesi,
- studijní obor,
- vědeckou disciplínu.

Pro účely této bakalářské práce budu pojem management sportu brát jako profesi. V novější knize Nová (2016) uvádí, že v managementu sportu jde o aplikaci manažerských principů, metod, technik a postupů ve sportovním prostředí. Zdůrazňuje se tím fakt, že sportovní manažeři potřebují nejen manažerské dovednosti, ale i zkušenosti a pochopení sportu a jeho specifik. Sportovním prostředím pak rozumíme různé typy organizací a sportovních aktivit, které je nutné řídit, neboť je třeba koordinovat aktivity jiných lidí, kteří by svým samostatným konáním nedosáhli takových výsledků, jako jich dosáhnou společně.

2.3. Manažer

Durdová (2002) uvádí, že manažer je především profese, jejíž nositel je zodpovědný za dosahování cílů svěřených organizací.

Manažeři jsou pokládáni za klíčové faktory na cestě ke stanoveným cílům a od jejich kvality se odvíjí prosperita organizace. Manažer je pracovník, který na základě jmenování, pověření, zvolení nebo zmocnění, aktivně provádí řídicí činnosti, na které má odpovídající kompetence. Manažer je člověk, který pracuje s lidmi a koordinuje jejich aktivity, aby zabezpečil cíle organizace pomocí manažerských funkcí (Robbins a Coulter, 2012).

Durdová (2012) uvádí, že manažera charakterizují jeho získané a vrozené vlastnosti. Získané vlastnosti jsou:

- odborné znalosti,
- ekonomické znalosti,
- sociálně – psychologické znalosti,
- znalost metod řízení,
- dobrá duševní i tělesná kondice.

Vrozené vlastnosti manažera:

- potřeba řídit,
- potřeba moci,
- empatie (schopnost vcítit se),
- vhodné povahové vlastnosti.

2.4. Manažerské funkce

Klasifikovat manažerské funkce můžeme z několika pohledů. Nejen Horváthová (2017), ale také řada jiných autorů rozeznává čtyři hlavní manažerské funkce:

- plánování (Planning),
- organizování (Organizing),
- vedení lidí (Leading),
- kontrolování (Controlling).

2.4.1. Plánování (Planning)

Pojem plánování je definován mnoha autory, ale zásadně se od sebe neliší. Zahrnuje výběr úkolů, postupů a činností nutných k dosažení stanovených cílů podniku. Proces začíná vytyčením cílů, kterých je třeba dosáhnout, určuje strategii, metody a popis pro jejich dosažení. Plánování je východiskem pro všechny manažerské funkce. Existuje mnoho různých typů plánů od celkových až po velmi podrobné. (Durdová, 2012).

2.4.1.1. SMART

Metoda SMART je používána ke správně stanovenému cíli. Již na začátku plánovacích aktivit by se měl manažer zajímat o cílech organizace. Každé z písmen vystihuje vlastnost přesně stanoveného cíle. Jsou to:

- specifický (Specific),
- měřitelný (Measurable),
- akceptovatelný (Acceptable),
- reálný (Realistic),
- termínovaný (Timed).

2.4.2. Organizování (Organizing)

Organizování je definováno jako cílevědomá činnost, jejímž cílem je uspořádat prvky v systému, jejich aktivity, koordinace a kontrolu tak, aby přispěly maximální měrou k dosažení stanovených cílů systému. Výsledkem organizování je organizační struktura (Cejthamr, 2010).

Horváthová a kol. (2017) formulují organizační strukturu jako vnitřní formalizované, zpravidla hierarchické uspořádání celku, určení vztahů nadřízenosti a podřízenosti, vymezení působností, pravomocí a odpovědností.

Typy organizačních struktur jsou:

- liniová,
- funkcionální,
- liniově-štabní,
- divizionální,
- maticová.

2.4.3. Vedení lidí (Leading)

Vedení lidí je schopnost ovlivňování lidí takovým efektivním způsobem, aby jejich činnost vedla k dosahování předem stanovených skupinových i organizačních cílů.

Podstatou vedení lidí je:

- schopnost uplatňovat vhodný styl vedení,
- ukládat podřízeným potřebné úkoly,
- stimulovat a motivovat podřízené,
- komunikovat s podřízenými,
- kontrolovat podřízené,
- objektivně hodnotit podřízené,
- spravedlivě odměňovat podřízené aj.

2.4.4. Kontrolování (Controlling)

Kontrolu lze charakterizovat jako zhodnocení skutečnosti s ohledem na plán a určení, zda bylo dosaženo shody v kontrolované realitě vůči daným požadavkům. Manažeři na všech úrovních řízení využívají kontrolní činnosti jako formu zpětné vazby. Prostřednictvím ní mají možnost získat představu o plnění plánovaných záměrů. Na základě kontroly jsou přijímány kontrolní závěry.

Durdová (2012) dodává, že kontrola je nezbytná a oprava odchylek od nastaveného plánu a plnění cílů je nutno dělat průběžně.

2.5. Sportovní manažer

Na osobnost manažera v jakékoliv profesní oblasti jsou kladeny značné požadavky a nároky. Obecně to, co platí pro manažera platí také pro manažera sportovního. Sportovní manažer vykonává profesi ve specifickém sportovním prostředí, tedy v klubu či sportovní organizaci (Horváthová a kol., 2017).

Ve sportovním odvětví můžeme nalézt manažery na těchto úrovních (Durdová, 2015):

- manažer na úrovni vedení sportovní činnosti (sportovní akce, sport ve volném čase lidí, sport mezi zdravotně handicapovanými atp.),
- manažer na úrovni řízení určité sportovní organizace (výbory, svazy, sportovní střediska řízena armádou a policií apod.),
- manažer v podnikatelském sektoru výroby sportovního zboží či provozování placených tělovýchovných služeb (vedoucí fitness, pracovníci reklamních a marketingových agentur pro tělesnou výchovu a sport apod.).

2.6. Marketing

Ve volném překladu znamená marketing „práci s trhem“ nebo „činnosti na trhu“. Samotný marketing má však význam mnohem širší. Dotýká se oblastí od zajištění potřeb zákazníka až po dosahování zisků firmy.

Kotler uvádí: „Marketing je společenský a řídicí proces, kterým jednotlivci a skupiny získávají to, co potřebují a požadují prostřednictvím tvorby, nabídky a směny hodnotných výrobků s ostatními.“ (Durdová 2005, str. 4).

Později Durdová (2009) přidává, že marketing tvoří jednotný, vzájemně propojený komplex činností, které vedou k dobře fungujícímu trhu, k zajištění potřeb a požadavků zákazníků a následnému růstu zisku firmy.

Marketing si klade 4 základní cíle (Durdová, 2005):

- maximalizace spotřeby,
- maximalizace spotřebitelského uspokojení,
- maximalizace výběru,
- maximalizace kvality života.

2.7. Sportovní marketing

Američtí autoři B. G. Pitts a D. K. Stotlar (1996, str. 80) definují sportovní marketing jako „proces navrhování a zdokonalování činností pro výrobu oceňování, propagaci a distribuci sportovního produktu tak, aby se uspokojovaly potřeby a přání zákazníků a bylo dosaženo cílů firmy.“

Durdová (2015) tvrdí, že rozhodující význam v práci sportovního manažera spojeného se sportovním prostředím má dosahování dodatečných finančních zdrojů. Proto se sportovní manažer neobejde bez základu marketingu a jeho aplikace na sportovní prostředí.

Marketing představuje široké pole působení, například:

- výzkum trhu,
- analýza tržního prostředí,
- průzkum potřeb zákazníků,
- plánování a zajištění výroby,
- stanovení ceny produktu,
- volba distribučních cest,
- propagace aj.

2.8. Marketingový mix

Kotler (2007) definuje marketingový mix jako soubor marketingových nástrojů, které firma používá k tomu, aby dosáhla svých marketingových cílů na cílovém trhu. Nejznámější členění je právě podle Kotlera, který marketingové nástroje uspořádal do čtyř základních skupin nazvaných čtyři „P“:

- produkt (Product),
- cena (Price),
- místo (Place),
- marketingová komunikace (Promotion).

K tomu, aby byl marketingový mix správně používán, měl by se na něj měl marketér dívat z hlediska kupujícího. Marketingový mix by pak měl vypadat takto:

- hodnota pro zákazníka (Customer Value),
- zákazníkovo vydávání finančních prostředků (Cost to the Customer),
- pohodlí pro zákazníka (Convenience),
- komunikace se zákazníkem (Communication).

Durdová (2015) tvrdí, že není těžké zjistit, co zákazník požaduje. Chce především kvalitu zboží, nízkou cenu, velké pohodlí při dostupnosti a spotřebě produktů a účinnou komunikaci.

2.9. Propagace

Propagace je přesvědčivá komunikace, která je kombinací reklamy, podpory prodeje, vztahů s veřejností, osobního prodeje a nástrojů přímého marketingu. S pomocí Durdová (2015) si vysvětlíme jednotlivé pojmy.

2.9.1. Reklama

Reklama je definována jako jakákoliv forma neosobní prezentace zboží, myšlenek a služeb prostřednictvím různých médií. V současnosti ji chápeme jako placenou formu komunikace s komerčním záměrem. Reklama je účinná, jestliže je potencionální zákazník vystaven po dlouhou dobu jejímu působení, zanechá stopu v paměti a vytváří pozitivní emocionální prožitky.

2.9.2. Podpora prodeje

Podpora prodeje je především neosobní forma komunikace, která vede ke krátkodobému posílení prodeje. Jsou to krátkodobé aktivity motivující spotřebitele ke zvýšení zájmu o nabízený produkt nebo rovnou ke koupi. Hlavním úkolem je přitáhnout pozornost spotřebitele a poskytnout mu základní informace, které by měly vést ke koupi produktu nebo služby.

2.9.3. Vztahy s veřejností

Public relations neboli vztahy s veřejností znamená trvalé vynakládané úsilí za účelem získání, ale především udržení si dobré pověsti podniku na veřejnosti. Vytvářejí se dobré vztahy mezi podnikem a všemi účastníky trhu.

2.9.4. Osobní prodej

Osobní prodej ovlivňuje zákazníka prostřednictvím osobního kontaktu. Těsný kontakt s potencionálním zákazníkem nabízí velké možnosti, jak upoutat pozornost směrem ke zvýšený zájem o nabízený produkt. Nejúčinnější prodej probíhá tváří v tvář.

2.9.5. Přímý marketing

Přímý marketing se zaměřuje na skupinu potencionálních zákazníků. Díky tomu umožňuje stvořit detailní formulaci marketingového plánu a umožňuje přesně vytýčit marketingový problém se zpětnou vazbou ve smysli kontroly a vyhodnocení akce.

2.10. Sportovní reklama a sponzoring

Durdová (2015) popisuje, že sportovní reklama a sponzoring ve sportu jsou společné marketingové aktivity uplatněné mezi sportem a ekonomickým subjektem. Nejedná se pouze o aktivity sloužící k zajišťování dodatečných finančních zdrojů, často se jedná o vytváření vyvážených partnerských vztahů mezi sportovním klubem (organizací) a podnikem sponzora.

Sportovní reklama je placená forma neosobní prezentace výrobků, služeb, instituce nebo organizace prostřednictvím komunikačních médií. Pojem se vztahuje k reklamě se sportovními motivy, ale také k reklamě, která využívá specifických médií v oblasti sportu. Cílem reklamy je zvýšit stupeň seznámení potenciálního zákazníka s produktem nebo firmou a pozitivně ho ovlivnit ke koupi daného produktu.

Rozlišuje se řada forem a druhů sportovní reklamy:

- reklama na dresech a sportovních oděvech,
- reklama na startovních číslech,
- reklama na výsledkových tabulích a ukazatelích,
- reklama na propagačním materiálu (plakáty, transparenty apod.),
- reklama na billboardech, video tabulích, poutačích,
- mediální reklama
- internet atd.

Sponzoring ve sportu obvykle znamená právně podložený vztah mezi sponzorem a sponzorovaným, ve kterém dochází ke vzájemnému uspokojování zájmů obou partnerů. Sponzorovaný očekává od sponzora finanční prostředky, věcné dary nebo služby. Sponzor za ně vyžaduje nejčastěji propagaci samotné firmy nebo jejich produktů. Sportovního sponzoringu využívá stále větší počet firem, které prezentují svá loga při různých sportovních příležitostech.

2.11. Finance ve sportu

Sport je z rozhodující části založený na dobrovolnosti, ale nelze jej vykonávat bez peněz. Sportovní organizace získávají peníze na činnost z různých zdrojů a reagují na získávání finančních prostředků rozdílně. Můžeme říci, že každý typ organizace se stane flexibilním, pokud se jedná o získání peněz pro činnost organizace (Nová, 2016). Podle Durdová (2015) je získávání finančních prostředků pro zdárný chod sportovních klubů a organizací hlavním problémem současného sportovního managementu.

Existuje řada možností, jak tyto dodatečné finanční zdroje získat. Například:

- veřejné rozpočty,
- sponzoring a reklama,
- příjmy z vybraných členských příspěvků,
- příjmy z prodeje vstupného,
- tržby z prodeje propagačního materiálu,
- příjmy sportovních klubů plynoucí z tzv. odstupného, výchovného a hostování,
- zdroje plynoucí z vlastní podnikatelské činnosti.

2.11.1. Veřejné rozpočty

Do veřejných rozpočtů se řadí státní rozpočet a rozpočet krajů, měst a obcí. Vztah, ze kterého vyplývají výdaje státního rozpočtu vzhledem ke sportovním organizacím jsou především dotace sportovním klubům a organizacím. Dotace vyjadřují peněžní prostředky státního rozpočtu, státních finančních aktivit nebo národního fondu poskytované právnickým nebo fyzickým osobám na stanovený účel. Po použití dotace je organizace povinna doložit přehled čerpání a použití prostředků a případné nepoužité prostředky vrátit.

Rozpočet krajů vyplývá z orgánu zastupitelstva pro výchovu, vzdělávání a zaměstnanost, v jejichž kompetenci je také poskytovat dotace v oblasti mládeže, tělovýchovy a sportu. Rada kraje rozhoduje o poskytnutí dotace sportovním klubům na jeden kalendářní rok.

Rozpočet měst a obcí se řídí vyhláškou schválenou příslušným zastupitelstvem. Zákon o obcích vymezuje řadu pravomocí, kterými může obec ovlivnit činnost sportovních organizací na svém území. Rozpočet obce se může pro sportovní organizace stát významným finančním zdrojem. Ačkoliv je rozpočet obce nejbližším a nejdostupnějším finančním zdrojem, žádný právní předpis neukládá obci povinnost finančně podporovat rozvoj tělovýchovy a sportu na svém území. Sportovní manažeři by měli přesvědčit obecní orgány, že investice do jejich činnosti je investicí dlouholetou, ale velmi významnou pro děti a mládež (Durdová, 2015).

2.12. Sport

Durdová (2015) uvádí, že slovo „sport“ vzniklo z latinského „disportare“ – bavit se, trávit příjemně volný čas.

Fiala (1961) definuje sport jako formu tělesné výchovy, jejímž specifickými rysy jsou snaha po dosažení maximálního výkonu, specializace, soutěžení a závodění.

Bílá kniha o sportu (2007) se opírá o definici Rady Evropy, kde se sportem rozumí „veškeré formy tělesné aktivity, které jsou provozovány příležitostně nebo organizovaně, usilují o vyjádření nebo vylepšení fyzické kondice a duševní pohody, utvoření společenských vztahů či dosažení výsledků v soutěžích na všech úrovních“. (Durdová, 2015 str. 6).

2.12.1. Silniční běh

Silniční běh je definován jako běh na zpevněných plochách, včetně komunikací, chodníků a dalších pevných površích. Standardními vzdálenostmi pro závody na silnici mužů a žen jsou:

- 5 km,
- 10 km,
- 15 km,
- 20 km,
- půlmaratón...

V pravidlech o závodech se organizátoři dočtou vše, co potřebují vědět o přípravě závodu na silnici. V pravidlech například najdou:

- označení kilometrovníků na trati,
- co musí obsahovat občerstvení,
- jaká musí být bezpečnost při závodě,
- lékařské zabezpečení akce,
- jak musí proběhnout start atd. (<https://www.ceskybeh.cz/organizers/rules>).

2.12.2. Sportovní akce

Sportovní akce lze rozdělit do mnoha rozdílných hledisek. Já budu přistupovat k rozdělení podle geografického hlediska na základě rozpětí a návštěvnosti akce.

Podle geografického hlediska se rozdělují sportovní akce na (Hobza, 2006):

- místní akce,
- regionální akce,
- národní akce,
- mezinárodní akce,
- globální akce.

Z pohledu návštěvnosti se rozlišují tyto sportovní akce (Kotíková a Schwartzhoffová, 2008):

- orientované na návštěvníky – týká se populárních a pro fanoušky nejatraktivnějších sportů, zejména fotbal, hokej a tenis.
- orientované na účastníky – divácky jsou nezajímavé, ale jsou zaměřeny na účastníky, maratónský běh.

2.13. Marketing sportovní akce

Novotný (2011) rozděluje marketing sportovní akce na dvě hlavní členění. První definice je, že marketing sportovních akcí vychází z tradičního marketingu událostí, který zahrnuje tyto činnosti:

- zajištění soutěživých na sportovní akci,
- zajištění mediálního pokrytí sportovní akce,
- seznámení všeobecné veřejnosti se sportovní akcí,
- získání soukromých firem jako sponzory nebo partnery akce,
- získání přízně vlády a místního zastupitelstva, aby byla zajištěna podpora z veřejných zdrojů,
- uzavření smluv se soukromými společnostmi, které budou poskytovat doprovodné služby na akci.

Ve druhém případě vychází marketing sportovních akcí z firemního marketingu událostí. Dle tohoto směru existuje 5P u marketingu sportovních akcí. Jsou to tyto:

- participace – aby se zákazník zúčastnil sportovní akce a poskytoval zpětnou vazbu,
- produkt – zavedení značky se zaměřuje na distribuci ukázek (vzorky),
- propagace – obsahuje vytváření mediálního obrazu společnosti,
- průzkum – měl by probíhat před akcí, při akci i po ní,
- prospekce – firmy by měly vstupovat na trh s dlouhodobým záměrem, aby bylo možné sledovat návrat investic.

2.14. Organizace a realizace sportovní akce

Novotný (2010) uvádí jednotlivé fáze organizování sportovní akce:

- rozhodování o uspořádání sportovní akce – je nutné brát v úvahu, zda akce bude na úrovni regionální, národní nebo mezinárodní. Každá úroveň se odlišuje především v oznámení o rozhodnutí uspořádání akce,
- přípravná fáze akce – v přípravné fázi je nutno zabezpečit např.: pokyny pro závodníky, ujasnění o rozsahu závodu, o počtu kategorií, zajištění zdravotníků, zajištění organizátorů atd,
- vlastní konání akce – koná se poslední přípravná schůze a přechází se ke konání akce. V průběhu akce se kontroluje, zda je vše v pořádku. Na konci akce probíhá vyhlášení výsledků a oficiální zakončení akce,
- uzavření a ukončení akce – po ukončení probíhá úklid prostor, kde se akce konala. Probíhá také balení a odvoz pořadatelských zařízení. Prostory, které byly najaté se předávají správci nebo vlastníkov. Děkuje se spolupracovníkům a probíhá ukončení účetnictví a konečné vyúčtování.

Čáslavová (2009) ve své knize píše, že organizování a vytváření organizační struktury patří k základním dovednostem managementu. Obsahová náplň organizování je založena na zvládnutí řetězce návazných dílčích procesů. Těmito procesy jsou:

- stanovení a uspořádání činností – jsou nezbytné pro fungování celku,
- stanovení a zajištění racionální dělby práce – vymezení činností s využitím výhody specializace profesní i kvalifikační úrovně lidí,
- sdružení dříve vymezených činností – sladění řízení a hospodárné provádění úloh k dosažení stanovených dílčích cílů,
- stanovení a přiřazená úloh lidí – především vedoucích pracovníků, kteří budou pečovat plnění cílů,
- koordinace lidí, zdrojů a prováděných činností – musí odpovídat hospodárné realizaci plánovaných cílů a potřeb.

2.15. Dobrovolníci

Novotný (2011) uvádí, že dobrovolník je člověk, který bez nároků na finanční odměnu poskytuje svůj čas, energii, vědomosti a dovednosti ve prospěch ostatních lidí. Tělovýchovné jednoty a sportovní kluby v České republice jsou přímo existenčně závislé na dobrovolnické práci. Bez dobrovolníků by se aktivity a služby tělovýchovných zařízení a spolků staly pro většinu obyvatel nedostupné.

Přínosem pro sportovní klub je, že dobrovolníkem získá levnou pracovní sílu, která potom přináší nové pohledy a poznatky pomocí zpětné vazby. Dobrovolník totiž přichází s určitým nadšením, může být předmětem propagace a po odvedené práci a nabytých dovednostech se často stává zaměstnancem.

2.16. Projektový management

Projektovým managementem se rozumí specifická metodika plánování projektu a následnou realizaci. Zahrnuje nejen management jednotlivých objektů, ale také jejich organizování a koordinaci. V okamžiku, kdy známe konkrétní cíle projektu, je definována strategie vedoucí k naplnění těchto cílů, máme stanoveny termíny začátku a konce projektu a jsou vymezeny zdroje a náklady, je projekt zahájen (Svozilová, 2016).

Často se projektový management zaměřuje s managementem projektu. Management projektu se zabývá pouze jedním daným projektem.

2.16.1. Projekt

Němec (2002) tvrdí, že každou větší sportovní událost můžeme považovat za projekt. Definice uvádí, že projekt je cílevědomý návrh na uskutečnění určité inovace v daných termínech zahájení a ukončení.

Svozilová (2016) specifikuje, že projekt je řízeným procesem, který má svůj začátek a konec. Dále má přesná pravidla regulace, jinak se jedná o sled úkolů, jejichž výsledek se v závěru nemusí setkat s očekáváním.

Podle uvedených informací můžeme projekt charakterizovat pomocí několika charakteristik:

- čas na realizaci projektu je předem určený,
- na začátku projektu nelze určit, zda bude úspěšný,
- při projektu pracujeme pouze s předem danými zdroji,
- projekt je jedinečný,
- je realizován mimo běžnou činnost organizace,
- cíle projektu musí být přesně definovány,
- projekt prochází řadou dílčích fází.

2.17. SWOT analýza

Slouží k hodnocení silných a slabých stránek podniku, k jejich příležitostem a hrozbám. Používá se jako nástroj monitorování vnějšího a vnitřního marketingového prostředí. Vnější prostředí analyzuje příležitosti (opportunities) a ohrožení (threats). Vnitřní prostředí rozebírá silné (strengths) a slabé (weaknesses) stránky.

2.17.1. Analýza vnějšího prostředí

Makroekonomické síly a mikroekonomičtí činitelé ovlivňují schopnost vytvářet zisk. Proto jsou tyto síly a faktory neustále monitorovány. Ohrožení prostředí souvisí s nepříznivými trendy nebo vývoji, které by bez obranných reakcí měly za následek pokles tržeb a zisku.

2.17.2. Analýza vnitřního prostředí

Firma nemusí vždy napravovat všechny své slabé stránky nebo naopak dávat vždy najevo radost ze silných stránek. Organizace se musí rozhodnout, zda se omezí na příležitosti, které se shodují s jejími silnými stránkami, nebo začne uvažovat o těch, pro které by některé silné stránky musela vytvořit nebo získat (Kotler, 2013).

3. Příprava sportovní akce Hornická desítka

Abyste pochopili celou situaci závodu, nejdříve stručně rozepíšu historii pořádajícího oddílu, bez kterého by se tato akce vůbec nekonala a neměla by takovou popularitu, jakou má dnes. Nebude chybět ani historie konaného závodu. V této kapitole se také zaměřím na obecné informace závodu, abyste věděli, proč a co všechno se musí připravovat. Neopomněla jsem zmínit ani marketing celé akce, přihlašování na jednotlivé závody a podrobnější informace.

3.1. Historie atletického oddílu TJ Slezan Frýdek-Místek, z.s.

Nyní se ohlédnou do minulosti atletického oddílu, který zajišťuje veškerou organizaci Hornické desítky.

16. dubna 1930 byl založen atletický oddíl SK Ostravica Frýdek jako první lehkootletický oddíl ve městě. Oddíl pořádal propagační závody jak na hřišti, tak i na silnici. V průběhu let se zakládají v blízkosti Frýdku-Místku další oddíly a jejich zakladatelé začínají pracovat na zlepšení úrovně atletiky ve městě. Začínají se objevovat talenty i dříči, kteří se umísťují na mistrovství ČSSR. V roce 1971 dochází k otevření nové škvárové atletické dráhy ve Frýdku-Místku. V této souvislosti dochází také ke sjednocení činných oddílů v jeden, který nese název TJ Slezan Frýdek-Místek. V roce 1971 se na počátku května konal 1. ročník lehkootletického mítinku Pohár osvobození, který trvá dodnes.

Členská základna se stále rozšiřovala a s ní přicházely i úspěchy. Mnoho závodníků získávalo medaile na mistrovství ČSR i ČSSR. Ženy i muži úspěšně soutěžili v první nebo v druhé národní lize družstev. Od roku 1982 nastává ve Slezanu značný útlum zisku medailí, kdy v jednotlivcích se nezískávaly žádné medaile z mistrovských závodů. Do tohoto převratu byly každým rokem pravidelně přiváženy medaile. Krize oddílu přerostla až do té doby, kdy ženy nepostavily družstvo, tedy nebyly schopné se sejít ve 3 závodnicích.

Kolem devadesátých let se oddíl vzpamatovává. Začínají se vozit medaile, dokonce se překonávají české rekordy v mládežnických kategoriích. V roce 1996 se činovníci a trenéři oddílu rozhodli, že spojí své síly a zlepší dosavadní činnost oddílu. Zakládá se na škole atletický kroužek a také celoroční běžecká soutěž „Běžecká cena mládeže“. Po přelomu tisíciletí se začínají pravidelně vozit medaile z vrcholných akcí. Mládež začíná přibývat a do soutěží jsou zapojena skoro všechna družstva.

V roce 2004 se atletika stává největším oddílem v tělovýchovné jednotě. Zároveň je v říjnu dokončena dráha s umělým povrchem. Od této doby se stadion každým rokem rekonstruuje, ať již zvenku či zevnitř. Zlepšují se sociální zařízení, šatny i zázemí pro rozhodčí nebo trenéry. Také se stále zvětšuje členská základna a musí se hledat noví trenéři. Atletika obecně je spíše pro dobrovolníky než pro zaměstnance, proto je těžké sehnat nové trenéry. Stávající trenéři si tak berou několik věkových skupin najednou a dochází i k tomu, že se musí děti odmítat.

Díky velké členské základně zůstává i v dospělých letech více aktivních atletů a dostavují se největší úspěchy v historii oddílu. V roce 2007 se svěřenec oddílu dostal na Mistrovství světa do 17 let. V roce 2008 se dokonce další, jiný, atlet pokoušel o splnění limitu na Olympijské hry do Pekingu. Sice marně, ale přece jen všichni ostatní děti v něm viděly vzor. Až do současnosti je kapacita členů skoro plná, medaile i reprezentační starty se staly pravidelností a noví trenéři se zrodili z bývalých atletů. (<https://www.atletikafm.cz/o-nas/>)

3.2. Historie závodu

Uspořádat běžecký závod vznikl jako nápad, kdy by šlo propojit dvě sousedící šachty sportem. Důl Paskov a Důl Staříč jsou od sebe vzdálené 7 km a bylo reálné, že tuhle vzdálenost lidé uběhnou. Při schůzích se pořadatelé dostali do sporu, že je složité mít start na jednom místě a na druhém místě by bylo vyhlašování a cíl. Nakonec se domluvili, že se bude běhat na obrátku tam a zpět. V roce 1980 se poprvé běžel silniční závod mezi doly Paskov a Staříč, závod měřil 15 km a název zněl Paskov – Staříč – Paskov. Organizátoři se vyhnuli dalšímu konfliktu a sporu díky tomu, že se každý rok střídal start v Paskově a ve Staříči. Jeden rok bylo zázemí ve Staříči a běhalo se do Paskova a zpět. Další rok byl start v Paskově a běhalo se do Staříče a zpátky.

Popularita závodu každým rokem rostla, ale v roce 1989 muselo dojít k ukončení závodu ze strany organizátorů. Po sedmileté odmlce se v roce 1996 podařilo tradici obnovit a proběhl jedenáctý ročník závodu Paskov – Staříč – Paskov. Bohužel za 3 roky, tedy v roce 1999 byl Důl Paskov uzavřen a schylovalo se k definitivnímu uzavření historie závodu. Jenže pořadatelé závodu chtěli pokračovat v závodní tradici, a tak museli učinit několik změn.

Zásadní změnou bylo přemístění závodu do centra ulic Frýdku-Místku. Změna přišla i ve vzdálenosti hlavního závodu. Pořadatelé se rozhodli že se závod bude běhat okruhově. Vymysleli okruh, který měří 3 333 m a hlavní závod na 10 km ho tedy musí běžet třikrát. Zásadní změna přišla i s přejmenováním závodu na současnou podobu. Další novinkou se stalo to, že akce byla také určena i pro dětské kategorie. Okruh na hlavní závod se pořadatelé snažili využít, nejen pro hlavní závod. Došlo k rozhodnutí, že jeden okruh budou běhat významné osobnosti, například primátor, ředitelé sponzorských společností atp. Bohužel kvůli malému počtu osobností se pořadatelé rozhodli Běh osobností po 4 letech zrušit.

Chtěli ovšem nechat okruh i pro jiný běh než pouze pro hlavní závod, tak se rozhodli pro vytvoření nového běhu. V roce 2004 měli běžci novou možnost, přihlásit se na Závod mílařů. Tento běh je určen pro ty, kteří si na 10 km netroufnou. Od počátku běhání ve městě byl také vytvořen Běh pro zdraví, který je nesoutěžní a je určen pro všechny věkové kategorie. Tyto změny učinily, že se v roce 1999 uskutečnil 14. ročník Hornické desítky ve Frýdku-Místku. Od té doby se skoro nic nezměnilo. Pořadatelé samozřejmě inovují a každým rokem jsou novinky, ale v běžeckých závodech se více méně nic nemění.

3.3. Organizační výbor

O bezproblémový a plynulý chod závodu se stará organizační výbor. Organizační výbor se schází na schůzích, kde si rozdělují své funkce. Dále diskutují o předešlém ročníku, co se může vylepšit, jaké byly problémy, řeší se i novinky pro další ročník atp. Organizační výbor se skládá z hlavního pořadatele a jeho pomocníků. Hlavním organizátorem celé akce je Josef Nejezchleba. Ten zajišťuje téměř vše – prostory, sponzory, přihlášky, vybavení, dobrovolníky a pořadatele. Mezi nejdůležitější pořadatele patří organizátor trati, občerstvení, medailí, výsledků, vyhlašování a organizátor prezence. Na tyto pozice jsou přiděleni lidé především z organizačního výboru, kteří rozdávají úkoly dobrovolníkům a zajišťují bezproblémový chod svého sektoru.

3.4. Obecné informace

Tento závod pořádá Tělovýchovná jednota Slezan Frýdek-Místek, z.s., oddíl atletiky. Akce se koná vždy první sobotu v listopadu, takže každý rok se datum akce mění. Závod probíhá ve Frýdku-Místku a zázemí je v budově Národního domu. Pořadatelé zajišťují akci především pro běžce z nedalekého okolí. Také se snaží zachovat duch tradičního běžeckého závodu pro širokou veřejnost s kvalitním zabezpečením a s co nejlepším servisem pro běžce. Pro organizátory závodu je hlavní, aby si účastníci odnesli z Frýdku-Místku hezký sportovní zážitek.

3.5. Reklama závodu a sponzoring

V této podkapitole se budeme věnovat propagaci, sponzoringu a reklamě závodu.

V dnešní internetové době, kdy se přes internet rychle a velmi dobře šíří informace se pořadatelé rozhodli o zveřejnění akce závodu především na internetu. Výhodou je, že jsou za to téměř nulové náklady. Organizátoři založili na Facebooku událost, kde zveřejnili všechny informace týkající se akce. Pořadatel využívá především internetové stránky oddílu atletiky Frýdek-Místek, která tento závod pořádá. Na oddílových stránkách se běžec dozví nejvíce informací a může si na nich vyhledat i minulé ročníky. Propozice k závodu se dají nalézt na českých, ale i slovenských stránkách, které jsou určené pro běžecké akce. Mnoho běžců se závodu účastní z nejbližšího okolí a z minulých ročníků. Ti obdrží pozvánku na blížící se akci osobně na závodech nebo prostřednictvím emailu se základními informacemi. Účastníci se mohou o akci dozvědět také prostřednictvím přátel, kteří tuto akci ústně doporučují. Jak už jsem zmínila, většina účastníků jsou především lidé z okolí Frýdku-Místku. Reklama je také realizována prostřednictvím plakátů ve městě s dostatečným předstihem, aby o události věděla také veřejnost ve městě.

Co se týká sponzorování závodu, tak pořadatelé upřednostňují především lokální výrobce, nejen sportovního zboží. Mezi lokální výrobce patří firma NanoTrade, s.r.o., která vyrábí oblečení s použitím nanotechnologií. Další firmy jsou například Restaurace Švejk, která zajišťuje občerstvení pro závodníky, ale také pro veřejnost v přilehlé restauraci Národního domu. Firma Frýdecké dortíky sponzoruje Hornickou desítku tím, že každý vítěz v kategorii dostane při vyhlášení dort. Místecká tiskárna, s.r.o. zajišťuje téměř vše tištěné. Od karet do běhu, přes lístek na guláš, bannery, reklamy apod.

Mezi největší sponzory celé akce patří především město Frýdek-Místek, které každoročně dává Hornické desítce velkou část dotace. Kromě finanční podpory také přidává ceny do tombol, cenu vítězi v jednotlivých kategoriích, ale také ceny pro všechny vyhlášené v kategorii nejlepší občani Frýdku-Místku. Dalším velkým sponzorem je Revírní bratrská pokladna, zdravotní pojišťovna, která je od počátku sponzorem Běhu pro zdraví. Celý běh je sponzorován Revírní bratrskou pokladnou, která si pro všechny účastníky připraví vždy praktické věcné ceny. Finanční prostředky plynou také z nadace OKD a České unie sportu. Posledním sponzorem, kterého zmíním, je cestovní kancelář Čedok, která sponzoruje tuto akci tím, že přidává do tomboly hlavní cenu, a to je zájezd podle vlastního výběru v určité hodnotě.

Samozřejmě existují i další sponzoři akce, ale zde jsem vypsala ty největší sponzory celé akce, a také jsem Vás seznámila s lokálními prodejci, kteří alespoň částečně pomáhají rozvíjet Hornickou desítku.

3.6. Časový harmonogram

Nyní se budu věnovat časovému harmonogramu závodu, který proběhl v minulém roce, tedy v roce 2018. Běhat se začíná již v dopoledních hodinách, kdy startuje jedna kategorie za druhou a na závěr se běží hlavní závod na 10 km. Hornická desítka je výjimečná v tom, že kategorie jsou zde vypsány po ročnících. Může za to velký počet dětí. Samozřejmě běhají holky a kluci zvlášť a vyhlásování probíhá stejně. Časový rozpis spolu s délkou tratě je následující:

- 10.30 Start rodičů s dětmi 2014 a mladší 80 m
- 10.40 Start dětí ročník 2013 /bez doprovodu/ 150 m
- 10.50 Start dětí ročník 2012 300 m
- 11.05 Start dětí ročník 2011 300 m
- 11.20 Start dětí ročník 2010 300 m
- 11.30 Vyhlášení vítězů závodů dětí 2013, 2012, 2011, 2010
- 11.50 Start dětí ročník 2009 836 m
- 12.05 Start dětí ročník 2008 836 m
- 12.20 Start dětí ročník 2007 836 m
- 12.35 Start dětí ročník 2006 836 m
- 12.50 Start dětí ročník 2005 836 m
- 13.00 Start dětí ročník 2004 836 m

- 13.10 Start dětí ročník 2003 836 m
- 13.20 Start dorostu 2001/2002 836 m
- 13.35 Start Běhu pro zdraví 1 000 m
- 14.00 Start Závodu mílařů 3 333 m
- 14.30 Start Závodu mužů a žen na 10 km 10 000 m
- 15.15 Vyhlášení vítězů mládežnických kategorií, losování dětské tomboly
- 16.00 Vyhlášení soutěže škol, losování tomboly Běhu pro zdraví
- 16.30 Vyhlášení vítězů Závodu mílařů, Závodu na 10 km a losování tombol

3.7. Přihlašování a prezence

Nyní Vám vysvětlím, co musí účastník udělat, aby se přihlásil na závod. Také rozeberu, jak probíhá přihlašování na dětské kategorie, a poté se přesunu na přihlašování dospělých.

Na dětské kategorie se mohou závodníci přihlašovat s předstihem, kdy přihlašování končí na konci října. Pokud se závodník nahlásí předem, bude mít při prezenci nachystané své vlastní číslo se jménem. Prvních 6 nejrychleji doběhnuvších z minulého roku má prvních 6 čísel zarezervováno podle pořadí. Takže závodník, který se přihlásí dopředu a doběhl v minulém roce do šestého místa dostane číslo se svým pořadím z minulého roku. Ostatní čísla dostávají závodníci podle příjmení, od začátku abecedy. Díky tomu, že se startuje po jednotlivých ročnících, nedochází k žádným omylům s čísly. Pokud se dítě nenahlásí dopředu, může se přihlásit i v den závodu, ovšem bez možnosti startovního čísla se svým jménem.

Přihlašování dospělých probíhá převážně dopředu, také do konce října. Dospělí závodníci si vyplní předem připravený formulář, který posílají na uvedený email, nebo poštou na uvedenou adresu. Jakmile zájemce o běh pošle přihlášku, musí do týdne provést úhradu platby na uvedený účet. Pokud nezaplatí, přihláška se ruší. Jestliže platba proběhne v pořádku, dostane účastník potvrzení o přihlášení na závod. Většina běžců se přihlašuje dopředu, kdy má možnost vybrat si velikost funkčního trika. V den závodu je kapacita pro přihlášení omezena.

Přihlašování k Běhu pro zdraví probíhá pouze v den závodu. Pokud se vyprodají bavlněná trika, přihlašování končí.

Prezence celé akce probíhá pouze v den konání akce a otevírá se v 9:30 hodin. Při dětských závodech končí možnost přihlašování 15 minut před startem dané kategorie. Při prezenci Závodu mílařů a Závodu na 10 km končí prezence 30 minut před startem. Přihlašování na Běh pro zdraví končí 10–15 minut před startem.

3.8. Podrobnější informace k jednotlivým závodům

3.8.1. Závod mládeže

Přihlašování k závodu mládeže probíhá uvnitř Národního domu a začíná v 9:30 hodin, tedy hodinu před startem první kategorie. Pokud se závodník nahlásil dopředu, při prezenci dostane vyplněnou kartu a startovní číslo se svým jménem. Startovní číslo si závodník připevní na hrud'. Jestliže přijde závodník, který se nenahlásil dopředu, obdrží pouze vyplněnou kartu, která se vypíše u prezence. Poslední věc, kterou musí závodníci v dětských kategoriích udělat je to, že si před svým startem zajdou do stanu, kde se vydávají čipy. Stan se nachází v prostoru cíle a děti dostanou čip. Číslo čipu se napíše na kartu a čip se připevní na nohu. Potom nastoupí na start svého závodu s vyplněnou kartou a čipem, který mají na noze.

Závody dětských kategorií probíhají přímo před Národním domem. Nejmenší 4 kategorie mají odlišný start, ale cíl je pro všechny závody stejný. Další kategorie dětí běží 1 okruh, který měří 836 m. Start i cíl se nachází na stejném místě. Jak už jsem zmínila, při závodech mládeže jsou kategorie rozděleny podle jednotlivých ročníků a běhají zvlášť dívky a zvlášť chlapci. Po přeběhnutí cílem se dětem odebere karta a čip a děti dostanou tašku s občerstvením. Startovní číslo si děti nechávají na památku. Od čtvrtého do padesátého místa dostávají děti pamětní medaili a první tři nejrychlejší dostanou medaili až při vyhlášení. Vyhláší se nejlepších 6 dětí v dané kategorii, zvlášť dívky a chlapci. Vyhlášené děti obdrží věcné ceny od sponzorů a pro všechny děti, které závod doběhnou čeká tombola se zajímavými cenami.

3.8.2. Závod mílařů

Závod mílařů je určen pro všechny běžce, kteří si netroufnou na uběhnutí 10 km. Trať měří 3 333 m, běží se tedy jeden okruh hlavního závodu. Trať vede přes ulice města, podél řeky a přilehlou cyklostezkou se závodníci vrací zpět k místě startu. Minimální věk je stanoven na 11 let. Pokud chtějí běžet děti mladší osmnácti let, musí přihlášku podepsat zákonný zástupce.

Všichni předem přihlášení závodníci obdrží u prezence startovní číslo se svým jménem a čipem, funkční triko závodu, lístek na guláš a letáky od sponzorů. Startovní číslo si závodníci připevňují viditelně na hrud'. V cíli obdrží všichni závodníci pamětní medaili a mají možnost se jít občerstvit.

V Závodě mílařů se vyhlašují 4 kategorie a po vyhlášení následuje tombola, kde jsou zařazeni všichni běžci, kteří závod dokončili. Pro nejlepší v dané kategorii jsou připraveny věcné ceny a finanční odměny.

3.8.3. Hlavní závod

Hlavní závod měří 10 km je určen pro všechny běžce od 14 let. U mladších dětí, než je 18 let se vyžaduje písemný souhlas zákonného zástupce. Přihlašování je totožné jako u Závodu mílařů. Všichni předem přihlášení závodníci obdrží u prezence startovní číslo se svým jménem a čipem, funkční triko závodu, lístek na guláš a letáky od sponzorů. Startovní číslo si závodník připevní viditelně na hrud'. Trať vede přes ulice města, podél řeky a přilehlou cyklostezkou se závodníci vrací zpět k místě startu. Na běžce čekají 3 okruhy v délce 3 333 m. Všichni závodníci tedy probíhají kolem Národního domu třikrát. Během přeběhnutí cílem se závodníci mohou podívat na tabuli, kde se jim zobrazí čas jednotlivého kola, celkové pořadí, a také umístění v dané kategorii. V cíli obdrží všichni závodníci pamětní medaili a je pro ně připraveno občerstvení. Vyhlašuje se 12 kategorií mužů a 5 kategorií žen. Pro nejlepší jsou připraveny finanční odměny a věcné ceny od sponzorů. Vyhlašuje se i zvláštní kategorie pro nejlepší občany města Frýdku-Místku. Po vyhlášení nejlepších také následuje tombola s čísly běžců, kteří závod dokončili.

3.8.4. Doplnkový program

Nyní se budu věnovat doplňkovým programům. Jelikož se akce koná od dopoledních hodin do pozdních odpoledních, vymysleli organizátoři i doplňkové programy nejen pro děti, ale také pro ty, kteří moc nesportují. Nejprve si rozebereme závod Běh pro zdraví, poté se budeme věnovat soutěži škol a následně zábavnému odpoledni.

Běh pro zdraví je nesoutěžní běh, který je určen pro všechny věkové kategorie. Trať měří pouze 1 kilometr, takže uběhnout tuhle vzdálenost zvládne opravdu každý. Je to jediný závod, na který se závodníci mohou přihlásit pouze na místě. Všichni účastníci si u přihlašování vyplní startovní kartu, se kterou poběží a obdrží bavlněné triko s logem závodu. Velikost trika si závodník může vybrat, pokud již není vyprodané.

Po doběhu závodníci odevzdávají organizátorům startovní kartu a všichni účastníci obdrží věcné ceny od hlavního sponzora – Revírní bratrské pokladny, zdravotní pojišťovny. Všechny odevzdané sportovní karty budou pak zařazeny do tomboly, kde se losuje o věcné ceny.

Další doplňková soutěž při akci Hornická desítka je soutěž škol. Soutěže se účastní jak základní, tak i střední školy a soutěž je vypsána o nejpočetnější výpravu. Jediné, co závodníci musí učinit je to, že u prezence nahlásí školu, za kterou startují. Za každý start se konkrétní škole připisuje bod a škola, která získá největší počet bodů, vyhrává. Do soutěže se počítají závody mládeže a Běh pro zdraví. Školy, které se umístí od prvního do pátého místa obdrží sportovní vybavení, a ještě k tomu dostanou velké balení bonbónů. Minimální účast pro obdržení sportovního vybavení a bonbónů je 50 startů za školu.

Posledním doplňkovým programem je zábavné odpoledne. Je určeno pouze pro mladší ročníky do 11 let. Děti si mohou zpříjemnit čekání na vyhlášení nejlepších nebo na losování tomboly. Vstupenku obdrží děti u přihlašování ke svému závodu. Pro děti jsou připraveny různé soutěže a hry, za které navíc děti obdrží sladkou odměnu.

3.9. Přípravná fáze

Nyní přejdu k tomu, co všechno se musí zařídit do začátku konání akce. Termín závodů je stanoven na první listopadovou sobotu. Přípravná fáze se zařizuje již s ročním předstihem, jelikož dotace, které se vyřizují na samotný závod se většinou schvalují již před koncem roku. S novým rokem tedy přichází schválené výdaje na městě nebo v Moravskoslezském kraji. Rok dopředu se zařizují i prostory Národního domu. Akce se účastní několik tisíc lidí a prostory Národního domu nestačí tolika běžcům. Z toho důvodu je nutno se domluvit na zajištění dalších šaten a prostor na blízké jazykové škole. Bez prostor by se samotná akce nemohla konat, proto je vhodné mít nejprve zajištěné prostory, kde bude akce pořádána, a pak se soustředit na další zařizování.

Jakmile má pořadatel zařízené prostory, kde má akce probíhat, vyřizuje se nejdůležitější administrativa, která zajišťuje to, že se akce může konat. Dotace by již měly být zařízené a schválené a důležitou součástí je i souhlas o používání a uzavření komunikací města po dobu konání závodů. Závod se totiž běží po veřejných městských ulicích. Jakmile Magistrát statutárního města Frýdku-Místku schválí návrh pořadatele, papírování nekončí.

Magistrát města stanoví podmínky, které musí být dodrženy během konání akce a pořadatel musí tyhle povinnosti dodržet, proto není vůbec jednoduché takovou velkou akci pořádat. Pořadatel tedy musí obeznámit s uzavírkou a omezením všechny orgány, kterých se to týká. Jedná se především o Městskou hromadnou dopravu a integrovaný záchranný systém (Hasičský záchranný sbor, Policie České republiky a Zdravotnická záchranná služba). Naštěstí většinu potřebných věcí zařizují a realizují Technické služby Města Frýdek-Místek, ale i oni musí o akci a podmínkách vědět a pořadatelé mají povinnost je s tím seznámit.

Dlouho dopředu se také musí zajišťovat sponzoři akce. Pořadatelé se snaží zviditelnit především lokální výrobce sportovního vybavení, ovšem i celostátní výrobci dostanou šanci se zviditelnit ve sportovním prostředí. Všechny smlouvy se domlouvají dlouho dopředu i z toho důvodu, aby se vědělo, zda se sežene dostatečné množství finančních prostředků na uspořádání akce. Se závodem je spojeno také velmi náročné ozvučení, proto i tahle záležitost se domlouvá s velkým předstihem. V průběhu závodu se používají zábrany, aby se kolemjdoucí nebo diváci nepletli na do závodní tratě. Zdá se, že je to maličkost, ale těch zábran potřebují pořadatelé několik desítek a v tak velkém počtu je nejde snadno sehnat.

Samostatný odstavec se může vyčlenit na zařizování cen nejen pro vítěze, ale také pro všechny účastníky závodu. Funkční trika, které dostávají závodníci hlavního závodu a Závodu mílařů se musí objednávat také dlouho dopředu. Samozřejmě bavlněná trika pro Běh pro zdraví se zařizují současně. Účastnické medaile, které obdrží všichni závodníci, kteří proběhnou cílem se také objednávají dlouho dopředu. Jednak z důvodu velkého počtu medailí, ale také z toho důvodu, že pořadatel se snaží každým rokem měnit vzhled medailí. Největší množství času zabere vybírání cen pro vyhlášení nejlepších a pro tombolu. Pořadatelé se snaží, aby vyhlášení závodníci měli radost z toho, co dostanou, proto nakupování cen zabere velké množství času. Ovšem ten, kdo vyhraje v tombole nový iPhone, notebook nebo GoPro Heroes určitě nesmutní.

Zhruba půl roku od konání akce probíhá zařizování „méně“ podstatných věcí. Jedná se například o zajištění tribuny pro diváky. Na tribuně se vytvoří velký shluk lidí, kteří povzbuzují a pro závodníky je to velmi příjemné a motivující zpestření na trati. Pro komfort diváků se zařizují lavice na sezení a stoly, aby se mohli, hlavně diváci, v pohodlí občerstvit. Pro loňský ročník se pořadatelé rozhodli pro novinku v projekci závodu na LED obrazovky.

Okruh pro děti i dospělé se totiž běží mezi budovami a diváci závodníky po většinu trati nevidí, proto se pořadatelé rozhodli pro tuto novinku. Kamery natáčely závod z různých pozic a jejich video se přenášelo okamžitě na velké LED obrazovky, které byly 2, na jiných místech. Diváci tak mohli sledovat téměř celý průběh trati na velkých obrazovkách. Další záležitost, která se musí zařídit je lékařská péče. Při tak velkém množství běžců může dojít ke zranění, a proto se zařizuje záchranná služba, která je po celý den na místě konání připravena kohokoliv ošetřit.

Od začátku září se pak chystají „drobnosti“. Například se tisknou a stříhají karty, se kterými děti běží a v cíli je odevzdávají. Také se musí vytisknout lístky do tomboly a pro Běh pro zdraví. Lístky na guláš se také musí vytisknout, ale musí se i orazítkovat a podepsat pořadatelem. V této době se již přihlašují jak děti, tak i dospělí, takže pořadatelé mají neustále hodně práce s vyřizováním přihlášek. Jakmile začne říjen, pořadatelé už chystají vše, co budou potřebovat pro daný den akce. Jedná se například o stany, velký startovní oblouk nebo kilometrovníky, které se rozmísťují na trať pro hlavní závod. Zhruba 15 dnů před závodem končí přihlašování všech kategorií, tudíž pořadatel musí seřadit čísla závodníků a poslat je na tisk. Jakmile je známá startovní listina, rozdělují se trika podle toho, kdo si jaké objednal a přichystávají se přesné hromádky pro jednotlivé prezence.

Na konci měsíce října se již vypisují karty pro děti, které se přihlášily dopředu. Pokud chybí nějaké ceny do tomboly nebo vítězům, musí se to vše dokoupit. V této době se také připravují finanční odměny, které obdrží vyhlášení závodníci v jednotlivých kategoriích. Zdá se, že na tom není nic těžkého, ale jen peněžní částky v obálkách obsahují okolo devadesáti tisíc korun českých. Na konci října by mělo být již vše nachystáno, protože 5 dnů před konáním začíná další práce, tentokrát hlavně pro dobrovolníky.

Všechny děti, které doběhnou v dětských kategoriích dostávají tašku s občerstvením. Taška obsahuje jablko, lízátko, věci od sponzorů a oplatku. Tašek pro děti je nutno nachystat kolem tisíce kusů. V Běhu pro zdraví obdrží všichni účastníci v cíli také tašku s občerstvením a věcmi od sponzora běhu, tedy od Revírní bratské pokladny, zdravotní pojišťovny. Tyto tašky se také musí nachystat a je jich cca sedm set kusů. Na Závod mílařů a na hlavní závod se naštěstí žádné tašky chystat nemusí, ale závodníci mají po doběhu vyhrazen sektor s občerstvením. Tady si každý může naložit na táč, na co má zrovna chuť.

Jsou zde připraveny různé druhy oplatků, sušenek, dále sušené a čerstvé ovoce. Samozřejmě čerstvé ovoce nakupují pořadatelé maximálně týden před konáním akce, jinak by se zkazilo.

4. Organizace a řízení Hornické desítky

Průběh organizování akce závisí velmi výrazně na přípravné fázi, kterou jsem Vám již popsala. V této kapitole se budu věnovat realizační fázi celé akce, která je také velmi stěžejní. Poté se zaměřím na likvidační fázi, kdy se po skončení akce musí dát všechny věci do původního stavu. Pro přehlednost jsem si tyto fáze rozdělila a podrobněji je popíšu.

4.1. Realizační fáze

Realizace celé akce začíná den předem, kdy dobrovolníci zajišťují přepravu všech potřebných věcí pro akci. Sice je vše nachystáno na stadioně ve Frýdku a musí se to převést „jen“ do Národního domu v Místku, ale věcí je mnoho. Skládání do auta a následné přenášení věcí na své místo zabere celé odpoledne. Naštěstí se zapojuje mnoho dobrovolníků, kteří například vlastní dodávku, nebo si najdou v pátek odpoledne po práci čas a pomáhají, takže je vše usnadněné, ale i tak se najde mnoho práce pro všechny, kteří přijdou. Práce dobrovolníků je rozdělena většinou hlavním organizátorem. Ten už za ty roky příprav ví, co se zapomnělo, popřípadě, jaká práce zabere nejvíc času a rozděluje dobrovolníky na konkrétní místa s konkrétními úkoly. Ve vnitřních prostorách Národního domu se chystají všechny místnosti k hladkému průběhu akce. Uspořádávají se stoly a židle k prezenci, chronologicky se seřazují ceny pro vyhlášené, chystají se nástěnky pro závodníky, vyklízí se místa pro stánky se sponzory atd. Samozřejmě den dopředu si také zvukaři chystají a natahují potřebné kabely vevnitř i venku. Ve venkovních prostorách si sponzoři chystají další stánky, tentokrát s představením a prodejem svých produktů. Organizátoři chystají velké stany pro občerstvení diváků a následně přenášejí židle a stoly pod stan. Práce je zkrátka hodně a končí se až za tmy.

Pokud je vše nachystané, organizační výbor si celé zázemí ještě jednou projde a zjišťují, co chybí. Kontrolují, zda vše, co bylo domluvené dovést se dovezlo a zda se vše připravilo, jak má. Jakmile jsou hotoví v Národním domě, nechybí ani kontrola věcí na stadioně.

Všechny potřebné věci by měly být odvezené, ale přece jen se ještě může objevit něco, na co pořadatelé zapomněli. Pokud i tyhle prostory jsou zkontrolované, pořadatelé si mohou oddechnout, jít spát a doufat, že další den se vše povede.

V den akce se organizátoři schází v místě konání brzy ráno. Někteří sponzoři také přijedou brzo ráno a staví si stánky. Někteří přijedou později a dodělávají ještě poslední úpravy u svých stánků a vykládají své zboží. Dobrovolníci staví zábrany podél trati a ohraničují trať závodu. Další dobrovolníci staví velký startovní oblouk, jiní zase vyvěšují reklamy a bannery sponzorů na zábradlí. Jeden člověk je určený a zodpovědný za to, že přiveze čaj a koláčky pro závodníky, a také květiny pro vyhlášené. Zkrátka i v den konání akce je toho ještě hodně, co se musí stihnout. Všichni dobrovolníci pak mají sraz na 9 hodinu, kdy se dozví všechny potřebné informace k jejich funkci, co je čeká a nemine. Jelikož je závod obrovský, nikdo nemá jen jednu funkci. Jakmile někomu skončí práce na daném pracovišti, přesouvá se na jiné a pomáhá ostatním s jejich prací.

Vše se rozjíždí v 9:30 hodin, kdy začíná prezence a lidé se mohou jít přihlašovat na závod. Dovnitř přicházejí pomalu, ale jistě obrovské množství lidí, především rodičů s dětmi. Dospělí závodníci přicházejí později. V průběhu akce se vše kontroluje, komentátor se snaží neustále mluvit a informovat lidi o novinkách a časovém pořadu. Také upozorňuje na to, kam mají závodníci jít a co mají dělat, pokud se chtějí přihlásit na závod. Všichni organizátoři a dobrovolníci jsou rozděleni na svých místech a dělají potřebnou práci, která zabezpečuje hladký průběh závodu.

První listopadová sobota uběhne vždy rychle. Pořadatelé se ohlédnou a už je konec akce. S ukončením soutěžení ovšem práce dobrovolníků a pořadatelů nekončí. Vše se musí dát do původního stavu, takže začíná další etapa, kdy se uklízí.

4.2. Likvidační fáze

Posledním úkolem, který nastává, když celá akce skončí je, že se musí vše pouklízet. To znamená, že věci, které byly půjčeny se musí schovat a v nejbližších pracovních dnech vrátit tam, kde patří. Věci, které se vypůjčili z Národního domu musí být uloženy zpět tam, odkud se vytáhly. Pomůcky ze stadionu se musí převést zpět a v neposlední řadě občerstvení, které se nesnědlo uložit tak, aby se nezkazilo. Většinou ovšem občerstvení moc nezbyde. Ovoce, které se kupovalo čerstvé zmizne a sušené plody mají dlouhou trvanlivost, takže se ukládají na příští rok.

Už v průběhu vyhlásování, kdy na trati nejsou žádní běžci a občerstvení je prázdné, se začíná s uklízením. Dobrovolníci, kteří hlídali trať, aby nedošlo k nějaké kolizi nebo problému, se po doběhnutí posledního závodníka vydávají uklízet. Všechny zábrany, které se rozestavěly ráno musí být zpět pohromadě na určeném místě. Kilometrovníky se musí pouklídit, a také pásky, které ohraničovaly území trati se musí smotat. Samozřejmě se musí pouklízet všechny stany, které sloužily jak pořadatelům, tak běžcům i veřejnosti. Uklízí se občerstvení, várnice s čajem, stoly i židle.

Jakmile je vše uklizené v místě konání závodu, likvidační fáze stále nekončí. Jak už jsem zmiňovala, tak věci, které se odnesly na stadion se musí zpět uklidit na své místo. Takže v neděli se většinou pracuje na stadioně a všechny dovezené věci se uklízí. Zbyde také pár nachystaných tašek, takže ty se také vybalují a uklízí. Další den je pondělí, tedy pracovní den. To znamená, že všechny vypůjčené věci se rozvážejí svým majitelům. Každým rokem přebývá pár triček, ať už bavlněných nebo funkčních. Ty se po akci rozvážejí sponzorům, spolu s vypůjčenými věcmi jako vděk, že i oni pomohli k hladkému průběhu akce.

Nezbytnou součástí likvidační fáze je také konečné vyúčtování. Pořadatel samozřejmě již dopředu ví, jaké částky dostane z darů či dotací a podle toho, také nakupuje jednotlivé ceny pro závodníky, aby se akce nestala ztrátovou.

5. Shrnutí výsledků šetření, náměty a doporučení

V této kapitole se budu věnovat hodnocení Hornické desítky, náměty a doporučeními pro následné ročníky, nejen této akce, ale také podobně konaných.

Troufám si říct, že stejně jako v minulých ročnících se Hornická desítka ukázala v dobrém světle. Akce se zúčastnilo sice méně lidí než v předešlých ročnících, ale v roce 2018 za to mohlo především počasí. Celá akce byla oceněna kladně jak účastníky, tak dobrovolníky. Mnoho lidí děkovalo pořadatelům, ať již přímo na místě, nebo prostřednictvím internetu za skvěle zorganizovaný závod. Nenašly se závažnější stížnosti a připomínky, spíše se oceňovaly novinky, které pořadatelé připravili.

Myslím si, že starty a vyhlásování jednotlivých kategorií po ročnících patří k velkým plusům této akce. Určitě je i velmi motivující pro všechny účastníky losování tomboly, kde jsou zajímavé a užitečné věci. Z mého pohledu je tohle úspěšná strategie k přilákání více účastníků. Další pozitivní věcí je bezpochyby nízká cena a nabízené služby za ni, např. občerstvení, triko, tombola, ceny pro vítěze atp.

Nejviditelnější a nejvíc osvědčenou novinkou v roce 2018 se stal přenos závodu online pomocí kamer. Promítání celého průběhu závodu mělo velmi pozitivní ohlasy a pořadatelé chystají tuto novinku i pro další ročník. Další zlepšení, které si pořadatelé připravili byla tribuna pro diváky. Bohužel bylo špatné počasí, takže lidé na ní moc neseseděli, ale i rozhled z ní byl na závodníky daleko lepší.

Nyní přejdu k doporučením pro další ročníky. Myslím si, že by pořadatelé měli vytvořit vlastní webové stránky akce. Pro účastníky by bylo lepší hledat informace k závodům přímo na webu Hornické desítky, než na stránkách pořádajícího atletického oddílu. Nyní se na stránkách oddílu atletiky nachází pouze propozice k jednotlivým ročníkům a výsledky. Určitě by bylo dobré umístit na stránky vše, co se závodů týká, například informace k jednotlivým závodům, počty běžců v minulých ročnících, výsledky, výherce, statistiky atd.

5.1. SWOT analýza

Nyní se budu věnovat SWOT analýze, která odhalí silné a slabé stránky akce, ale také příležitosti a hrozby.

Silné stránky	Příležitosti
Dlouholetá tradice	Zahraniční závodníci
Přátelské prostředí	Zviditelnění atletiky ve městě
Odměny a tombola	Příchod nových účastníků
Doprovodný program	
Osobní doporučení	
Dotace a sponzoři	
Nízká cena startovného	
Slabé stránky	Hrozby
Málo parkovacích míst	Konání podobného závodu
Zázemí	Nezájem sponzorů
Malá propagace	Selhání techniky
Akce, ze které neplyne zisk	Nedostatek dobrovolníků
Závislost na sponzorech a dotacích	

5.1.1. Silné stránky

Mezi silné stránky akce patří především dlouholetá tradice konaná v přátelském duchu. Závodu se účastní především lidi z blízkého okolí, lidé se na závodě mezi sebou znají a závod se nese ve velmi příjemném přátelském prostředí.

Další část závodníků přijíždí na závod s cílem umístit se na stupních vítězů. Určitě tomu pomáhají vysoké peněžní odměny, ale také věcné ceny od sponzorů. Mnoho lidí také motivuje k zúčastnění závodu bohatá tombola. Lidé tak zůstávají až do samotného závěru, kdy se losuje o velmi hezké a věcné ceny.

Mezi další silné stránky akce patří doprovodný program. Hornická desítka láká nejen profesionální běžce, ale také amatéry. Proběhnout se může přijít opravdu každý a díky pestrému výběru tratí, lákají pořadatelé hodně účastníků. Velmi pozitivní, hlavně mezi rodiči, kteří si chtějí zaběhnout závod je zábavné odpoledne. Rodiče si zazávodí a jejich děti mezitím také soutěží. I díky doprovodnému programu má závod pozitivní ohlas a doporučení a každý rok se účastní obrovské množství lidí.

Dotací a sponzorů akce nalezneme mnoho a určitě i tohle je silná stránka akce. Závod sponzoruje mnoho firem a peníze na akci se získávají především z dotací, bez kterých by se akce vůbec nemohla konat. Díky tomu se cena startovného pohybuje ve velmi nízkých číslech a určitě i tohle velmi přispívá k účasti tolika běžců.

5.1.2. Příležitosti

Mezi hlavní příležitosti celé akce řadím účast zahraničních závodníků. Rychlí zahraniční závodníci přilákají více konkurence, a také přilákají více diváků. Díky tomu dojde ke zviditelnění, nejen atletiky ve městě, ale také samotného závodu. Tohle by také mohlo vést k motivaci začít běhat nebo se přijít proběhnout.

5.1.3. Slabé stránky

Mezi největší slabé stránky akce řadím parkování. Mnoho lidí je sice z blízkého okolí nebo přímo z města, ale i ti, kteří bydlí jen několik málo kilometrů od místa startu se většinou dopravují autem. V blízkém okolí se nachází mnoho parkovacích míst, ale závod se koná v sobotu v listopadu, kdy většina místních lidí je doma, a tím pádem mnoho volných parkovacích míst nezbyvá. Samozřejmě pořadatelé tuhle situaci moc ovlivnit nemohou, ale kvůli parkování vzniká mnoho zbytečných komplikací.

Další slabou stránkou je zázemí akce. Veškeré vybavení, prezence a stánkový prodej je v prostorách Národního domu.

V minulosti tyto prostory stačily, ale v dnešní době, kdy se závodů účastní mnoho dětí i dospělých už bohužel nestačí. Na děti se totiž přijde podívat mnoho příbuzných, a tak se na akci sejde okolo 3 000 lidí. Ovšem větší problém je při vyhlašování. Sál je každý rok přeplněný a vyhlášení nebo vylosování závodníci v tombole se mnohdy ani nemohou dostat k pódiu.

Propagaci řadím mezi další slabou stránku závodu. Pořadatel sice vytváří události na sociální síti, ovšem ve městě žádné letáky nevisí. Určitě by nebylo od věci, kdyby o akci věděli i lidé z města, kteří se o sport tolik nezajímají. Také by pořadatel mohl nalákat více účastníků, na různých internetových stránkách, které se týkají běhu, ale také třeba plakátem akce. Z mého pohledu je propagace tak velkého závodu nedostatečná.

I když je akce dotována mnoha sponzory a dotacemi, přesto se příjmy a výdaje téměř rovnají. Pro budoucnost akce určitě není dobré, že akce je závislá především na sponzorech a dotacích. Akce dostane sice příjem ze startovného, ovšem náklady pro zajištění věcí a pro hladký průběh závodů je velmi drahý. Pořadatelé především chtějí, aby byli účastníci spokojeni a vraceli se další roky zpět, proto vkládají veškeré peníze pro komfort běžců.

5.1.4. Hrozby

Jednou z největších hrozeb akce je, kdyby se konala podobná akce v blízkém okolí a ve stejný den. Určitě by se našli závodníci, kteří by chtěli vyzkoušet nový závod, novou trať, nebo by měli nový závod blíž svého bydliště. Další velkou hrozbou by byl nezájem sponzorů. Pokud by se některý velký sponzor rozhodl, že by akci nepodpořil, mělo by to následek v podobě vyšší ceny, menších hodnotných cen do tomboly nebo pro nejlepší atp. Tohle by také určitě odradilo několik desítek, možná stovek běžců.

Další hrozba může nastat, pokud by v den závodu selhala technika. Okolo Národního domu se pohybuje obrovské množství lidí, startuje jedna kategorie za druhou, a pokud by se stalo, že by nefungoval mikrofon, myslím, že by nastal zmatek. Přece jen když lidé slyší, že se má připravovat konkrétní kategorie, je to pro ně signál, že třeba mají ještě chvíli času se občerstvit, nebo že už musí jít k zábranám se dívat. Orientace podle časového pořadu bez komentáře by byl velmi nelehký úkol. Poslední hrozbou při pořádání závodu je, kdyby se nenašel dostatečný počet dobrovolníků. Možná by se akce zvládla, ale nastaly by komplikace a chyby.

6. Závěr

Hlavním cílem této bakalářské práce je detailní rozbor problematiky přípravy, organizace a řízení běžeckého závodu. Konkrétně se jedná o závod konaný v roce 2018 ve Frýdku-Místku, Hornickou desítku.

Bylo využito teoretických znalostí z oblasti managementu a manažerských funkcí. Nezbytnou částí je teorie, která se týká sportu. Teoretická část byla použita k přípravě a organizace akce. Všechny pojmy jsem získala z odborné literatury. Poté jsem si zajistila podklady o závodě a popsala jsem si plánování, řízení a organizování akce. Závěrečné stránky bakalářské práce jsem se věnovala zhodnocení a doporučením pro další ročníky této akce. Nebyly zjištěny žádné velké nedostatky ze strany organizátorů. Nejdůležitější je, aby si akce zachovala sponzory, jinak by se nemohla uskutečnit. Výše startovného je velmi nízká, vzhledem k nabídce programu a servisu pro běžce. Do slabších stránek akce patří propagace. Tu by měli pro příští ročníky pořadatelé zlepšit. Věřím, že výsledek této bakalářské práce bude pro pořadatelé inspirací při následných ročnících a zlepší nedostatky, které jsem zjistila.

Seznam použité literatury

- BLAŽEK, Ladislav. *Management: organizování, rozhodování, ovlivňování*. Praha: Grada, 2011. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3275-6.
- CEJTHAMR, Václav a Jiří DĚDINA. *Management a organizační chování*. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, c2010. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3348-7.
- DURDOVÁ, Irena. *Ekonomické aspekty sportovního managementu*. Ostrava: VŠB - Technická univerzita Ostrava, 2012. ISBN 978-80-248-2529-8.
- DURDOVÁ, Irena. *Sport jako sociálně-ekonomický fenomén*. Ostrava: VŠB - Technická univerzita Ostrava, 2015. ISBN 978-80-248-3658-4.
- DURDOVÁ, Irena. *Sportovní management*. Ostrava: Vysoká škola báňská - Technická univerzita, 2002. ISBN 80-248-0130-2.
- DURDOVÁ, Irena. *Základní aspekty sportovního marketingu*. Ostrava: Vysoká škola báňská - Technická univerzita Ostrava, 2005. ISBN 80-248-0827-7.
- HOBZA, Vladimír a Jaroslav REKTOŘÍK. *Základy ekonomie sportu*. Praha: Ekopress, c2006. ISBN 80-86929-04-3.
- HORVÁTHOVÁ, Petra. *Základy managementu*. Ostrava: VŠB-TU Ostrava, 2013. ISBN 978-80-248-3008-7.
- HORVÁTHOVÁ, Petra, Jiří BLÁHA, Martin ČERNEK, et al. *Základy managementu*. 2. vydání. Ostrava: VŠB-TU Ostrava, 2017. ISBN 978-80-248-4102-1.
- KOTLER, Philip. *Moderní marketing: 4. evropské vydání*. Praha: Grada, 2007. ISBN 978-80-247-1545-2.
- NOVÁ, Jana. *Management sportu - teorie, případové studie, kvalita: monografie*. Brno: Masarykova univerzita, 2014. ISBN 978-80-210-6780-6.
- NOVÁ, Jana, Jiří NOVOTNÝ, Oldřich RACEK, Jaroslav REKTOŘÍK, Aleš SEKOT, Milena STRACHOVÁ a Hana VÁLKOVÁ. *Management, marketing a ekonomika sportu*. Brno: Masarykova univerzita, Fakulta sportovních studií, 2016. ISBN 978-80-210-8346-2.
- NOVOTNÝ, Jiří. *Ekonomika sportu: vybrané kapitoly*. Praha: Oeconomica, 2010. ISBN 80-245-0979-2.
- NOVOTNÝ, Jiří. *Sport v ekonomice*. Praha: Wolters Kluwer Česká republika, 2011. ISBN 978-80-7357-666-0.
- PITTS, Brenda G. a David Kent STOTLAR. *Fundamentals of sport marketing*. Morgantown, WV: Fitness Information Technology, c1996. ISBN 1885693028.

REKTOŘÍK, Jaroslav, Petr PIROŽEK a Jana NOVÁ. *Projektový management ve sportu*. Brno: Masarykova univerzita, Fakulta sportovních studií, 2015. ISBN 978-80-210-7995-3.

SVOZILOVÁ, Alena. *Projektový management: systémový přístup k řízení projektů*. 3., aktualizované a rozšířené vydání. Praha: Grada Publishing, 2016. Expert (Grada). ISBN 978-80-271-0075-0.

VEBER, Jaromír. *Management: základy, moderní manažerské přístupy, výkonnost a prosperita*. 2., aktualiz. vyd. Praha: Management Press, 2009. ISBN 978-80-7261-200-0.

Internetové zdroje

Český běh – portál Českého atletického svazu. *Český běh – portál Českého atletického svazu* [online]. Copyright © 2015 [cit. 10.04.2019]. Dostupné z: <https://www.ceskybeh.cz/organizers/rules>

Historie :: Atletika Frýdek-Místek. *Atletika Frýdek-Místek* [online]. Copyright © 2011 Všechna práva vyhrazena. [cit. 10.04.2019]. Dostupné z: <https://www.atletikafm.cz/o-nas/>

Hornická desítka 2018 - mládež – atletikafm – album na Rajčeti. *atletikafm – seznam alb na Rajčeti* [online]. Copyright © 2005 [cit. 06.05.2019]. Dostupné z: https://atletikafm.rajce.idnes.cz/Hornicka_desitka_2018_-_mladez/

Seznam zkratk

ČSR – Československá republika

ČSSR – Československá socialistická republika

km – jednotka vzdálenosti, kilometr

SK – sportovní klub

s.r.o. – společnost s ručeným omezeným

TJ – Tělovýchovná jednota

z.s. – zapsaný spolek

Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce

Prohlašuji, že

- jsem byla seznámena s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. – autorský zákon, zejména § 35 – užití díla v rámci občanských a náboženských obřadů, v rámci školních představení a užití díla školního a § 60 – školní dílo;
- beru na vědomí, že Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava (dále jen VŠB-TUO) má právo nevýdělečně, ke své vnitřní potřebě, bakalářskou práci užít (§ 35 odst. 3);
- souhlasím s tím, že bakalářská práce bude v elektronické podobě archivována v Ústřední knihovně VŠB-TUO. Souhlasím s tím, že bibliografické údaje o bakalářské práci budou zveřejněny v informačním systému VŠB-TUO;
- bylo sjednáno, že s VŠB-TUO, v případě zájmu z její strany, uzavřu licenční smlouvu s oprávněním užít dílo v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- bylo sjednáno, že užít své dílo, bakalářskou práci, nebo poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠB-TUO, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly VŠB-TUO na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše).

V Ostravě dne 9.5.2019

VERONIKA SIEBELTOVA

jméno a příjmení studenta

Seznam příloh

Příloha č. 1 – prostor startu

Příloha č. 2 – tribuna pro diváky

Příloha č. 3 – ceny pro vyhlášené

Příloha č. 4 – zaplněný sál

Příloha č. 1 – prostor startu



Příloha č. 2 – tribuna pro diváky



příloha č 3 – ceny pro vyhlášené



příloha č. 4 – zaplněný sál

